



Communiqué de Presse

Paris, le 30 janvier 2023

## **AAA DATA LANCE UNE NOUVELLE SEGMENTATION AUTOMOBILE SUR LES VOITURES PARTICULIÈRES POUR UNE VISION PLUS FINE DES TENDANCES DE CONSOMMATION**

- **19 nouvelles catégories enrichissent la segmentation automobile des voitures particulières**
- **Ces nouveaux segments apportent une vision plus fine du marché en pleine mutation**

Alors que le marché français atteint en 2022 son niveau le plus bas depuis 1974 avec 1,529 million d'immatriculations de voitures neuves, les mutations sont, elles, toujours plus nombreuses. Les crises successives et la transition énergétique modifient durablement l'industrie automobile, qui se voit désormais portée par l'essor des véhicules électriques. Ces derniers occupent, désormais, 13% de part de marché et les véhicules hybrides sont à 29%. Ces nouveaux comportements d'achat traduisent des mutations structurelles que les professionnels, constructeurs comme distributeurs, doivent pouvoir analyser pour proposer des évolutions adaptées.

Grâce à cette nouvelle segmentation automobile, AAA DATA observe des changements notables sur le marché automobile sur les cinq dernières années :

1. **Le marché français se concentre sur le segment B et ses sous-segments (B-SUV ; B-MPV). 46% des ventes en 2022.**
2. **La course à la transition écologique a contraint les constructeurs automobiles à réduire voire abandonner la production des citadines thermiques (segment A).** La mise aux normes sécuritaires et de pollution s'avère trop coûteuse pour ce segment. Les voitures du segment A sont difficiles à rentabiliser. Par exemple, la Renault Twingo thermique ne sera plus produite à partir de 2024.
3. En conséquence, **le marché se déplace vers des modèles de taille plus grande (premium)**, notamment sur les segments B, C, D
4. **Les SUV n'ont cessé de gagner du terrain** (quasiment une vente sur deux). Les marques les ont déclinés sur plusieurs segments. Il en résulte que les modèles des segments B-SUV et C- SUV ont pris 4 points de part de marché en 5 ans.

Pour coller aux nouvelles tendances de consommation, AAA DATA a décidé d'enrichir sa palette de statistiques. L'acteur historique et de référence de la donnée valorisée propose, désormais, sa propre segmentation automobile. Une façon notamment de tenir compte du

succès croissant des différentes catégories de SUV ces dernières années, de formaliser une nomenclature communément utilisée par les constructeurs et d'instaurer une référence sur le marché français avec une segmentation universelle compatible au niveau européen.

Concrètement, dans cette nouvelle segmentation automobile, une valeur de référence est affectée à chaque modèle, avec 8 codes lettres correspondant à la longueur maximale de chaque modèle.

**A** : Citadines, « mini cars »

**B** : Polyvalentes, « small cars »

**C** : Compactes, « medium cars »

**D** : Familiales, « large cars »

**E** : Grandes routières, « executive cars » **F** : Luxe, « luxury cars »

**S** : Sport, selon l'usage « sports cars »

**K** : VP dérivé d'utilitaire

À ces codes lettres sont ajoutées des spécificités concernant les carrosseries :

**SUV** : Sport Utility Vehicle, carrosserie TC : Tout-Chemin/Tout-Terrain

**MPV** : Multi Purpose Vehicle, carrosserie MT et SL : Monospaces Compacts et Grands

Les données du marché des véhicules particuliers publiées par AAA DATA se décomposent désormais en **19 segments facilement identifiables et représentatifs aussi bien des critères de choix des acheteurs et de leurs usages que des stratégies commerciales des marques**. Ces nouveaux segments englobent tant les véhicules neufs que ceux d'occasion comme, par exemple, C-SUV pour caractériser les Peugeot 3008 II, E-SUV pour les modèles BMW X5 ou encore F-MPV pour les Mercedes Classe V.

*« Avec cette nouvelle segmentation, qui répond aux évolutions du secteur automobile, AAA Data instaure une référence sur le marché français et offre une vision précise et un suivi encore plus fin des véhicules particuliers. Les clients de AAA DATA ont ainsi l'opportunité de mieux suivre leur marché mais également la concurrence, dans un contexte de mutations du marché automobile » explique Marie- Laure Nivot, responsable Intelligence Marchés chez AAA DATA.*

#### **À propos de AAA DATA :**

AAA DATA, acteur historique et de référence de la donnée valorisée, détecte et identifie les comportements, les besoins et tendances des consommateurs pour anticiper les usages de demain et proposer à ses clients des modèles sur-mesure. AAA DATA s'appuie sur une base de données fiable et avérée. Grâce à son référentiel de données et à son expertise, AAA DATA a su développer des solutions innovantes et anticiper les besoins de demain, et ce dans une grande variété de domaines de consommation. [aaa-data.fr](http://aaa-data.fr)

Si vous ne souhaitez plus recevoir nos messages, suivez ce lien :

[Veuillez me retirer de votre liste de diffusion](#)